

Modelos económicos en la aplicación de las tasas del servicio de piscinas de verano en los municipios españoles

JOSEP PONS I CAMPS*

Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte.

Jefe 1.º Coordinador Deportivo del Instituto Municipal de Acción Deportiva del Ayuntamiento de Lleida.

Profesor colaborador del Departamento de Salud y Gestión del INEFC de Lleida

Correspondencia con autor

* josep.pons@ono.com

Resumen

Con el objetivo de saber cuál ha sido el proceso que los municipios del Estado han seguido para concretar las tasas del servicio de piscinas, se ha realizado una búsqueda por las webs de las capitales de provincia del estado español, hallándose datos específicos del objeto del estudio en las ordenanzas fiscales de un total de 29 ciudades.

Éstas se han ordenado por nivel de población, y se han analizado para extraer conclusiones de aplicación normativa, económica y propedéutica.

En su conclusión, el estudio formula la necesidad de consultar el histórico del centro de costes, para determinar el margen de cobertura unitario del precio de entrada que asegure a los gestores la viabilidad de la instalación, con independencia de la subvención municipal destinada al equipamiento.

Palabras clave

Tasa, Margen económico de cobertura unitario, *Marketing*, Piscina, Instalación.

Abstract

Economic models in the application of the rates of the summer pools service in the Spanish municipalities

In order to know how towns of the country have worked out fees for swimming pool facilities, we have researched web sites of provincial capitals. By doing this, we have found specific data in the bylaws of 29 cities.

This data have been classified according to the number of inhabitants and has been analyzed to reach conclusions in terms of economic and preparatory legislation application.

As a conclusion, the study suggests that it is necessary to consult the historical records of the costs, to work out the level of individual coverage of the admission ticket so that the viability of the facility can be guaranteed to the managers, regardless of the municipal subsidy for the equipment.

Key words

Rate, To work out the level of individual coverage, *Marketing*, Pool, Equipment.

Introducción

Para concretar las tasas de uso de los servicios públicos de los ayuntamientos es preciso realizar un estudio de los costes y amortizaciones en sus instalaciones y servicios para poder fijar después los precios de manera racional, aplicando un determinado criterio, según la naturaleza del servicio y la política económica de la corporación.

Este artículo expone los resultados de un estudio realizado sobre *las tasas para la utilización de los servicios de piscinas públicas*, que derivan del texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales del 85, aprobado por Real decreto Legislativo 2/2004 de 5 de marzo.

En el contenido del artículo se exponen las diferentes estrategias de *marketing* que aplican las corporaciones, según los “*targets*” de los usuarios, para favorecer el uso de estas instalaciones por parte de los ciudadanos.

La estipulación de estas tasas bonificadas políticamente deben corresponderse con las teorías económicas actuales sobre los cálculos de precios públicos y análisis de costes, por lo cual, en este artículo, pretendemos hacer una revisión de los modelos de aplicación para reflexionar sobre si se corresponden o no a la base de los costes del gravamen.

El análisis del coste de la tasa, denominado *margen económico de cobertura unitario* ($i - cv$),* debería ser

* $x(i - cv) - cf$ = Rentabilidad económica.

x: entradas vendidas; cv: costes variables; i: tasa del servicio de entrada; cf: costes fijos.

suficiente para saber si los precios establecidos son corresponsables con los gastos fijos y variables, si las tasas se han de ajustar a los cambios de gestión y, finalmente, considerar si en lugar de tasas, tienen consideración de precios públicos, atendiendo a la subvención que los presupuestos municipales destinan para abaratar la valoración del uso.

Material y método

Para analizar este centro de interés se ha realizado un estudio prospectivo comparativo entre las 52 capitales de provincia del Estado, que son el universo de nuestro objeto de estudio ($N = 52$). Del análisis de las ordenanzas fiscales ubicadas en las webs corporativas hemos encontrado datos relativos a los servicios de piscinas del año fiscal 2003, en una muestra de 29 ciudades ($n = 29$), que representa el 55,7 % de la población de estudio.

Hemos ordenado los datos obtenidos por nivel de población, subdividiendo ésta en *metrópolis* (ciudades mayores de 500.000 habitantes), *ciudades grandes* (hasta 500.000 habitantes), *ciudades medianas* (hasta 300.000 habitantes) y *pequeñas* (menores de 100.000 habitantes), para contemplar diferencias significativas en las tasas aplicadas según la influencia del nivel de población.

Resultados

Las políticas de precios de los servicios de piscinas públicas que se exponen en este apartado tienen una evolución paralela a la financiación del deporte municipal, pasando de una etapa de carácter *semigratuito* a la situación actual que describe Jiménez (1996), en la cual se exige una *autofinanciación total*.

Por otra parte, “es una exigencia ineludible mejorar la gestión de las entidades deportivas municipales, así como sus resultados económicos, deportivos y sociales, a través de la aplicación de herramientas de gestión válidamente contrastadas, como son, entre otras, la planificación estratégica y la gestión de calidad” (Teruelo, 1996, p. 103).

De hecho, varios autores, como Martínez-Tur, Tordera y Ramos (1996), apelan por una gestión de instalaciones deportivas más centradas en la racionalidad económica que en las ayudas de la administración pública.

Del análisis económico del conjunto de tasas aplica-

das en el total de las capitales españolas, se deriva una serie de consideraciones (ver *figura 1*), que hemos clasificado en tres ámbitos.

El primero es relativo a conceptos *normativos y reglamentarios*; el segundo responde a aplicaciones de estrategia de *marketing* para incrementar o fidelizar a los usuarios de este servicio, y el tercero, a *aplicaciones propedéuticas* de las dos anteriores.

Aplicaciones normativas o reglamentarias

En el conjunto de las tasas estudiadas hemos observado algunas diferenciaciones normativas, que varían, por ejemplo, *por la ubicación de la piscina dentro de la misma ciudad*, ya sea por estar bajo un modelo de gestión diferente, como en el caso de Madrid, o bien por responder a una regulación económica diversa según el barrio y sus condiciones socioeconómicas, como aplica la ciudad de Barcelona desde sus Consejos de Distrito.

Otro factor motivo de diversificación, es el que regula la tasa de entrada *por edad*.

Un/a niño/a recién nacido/da, o de pocos meses, al que sus padres llevan a la piscina, para disfrutar de su tiempo libre, es susceptible de una adaptación de la tasa.

Pero, ¿donde está el límite de edad para aplicar el gravamen del uso del servicio por parte del/la niño/a al margen del de sus padres como adultos tutores o acompañantes?

Muchos municipios reglamentan que estos menores (de edad comprendida entre 4 y 11 años, en el caso de Valladolid), solo pueden entrar a los recintos de piscinas

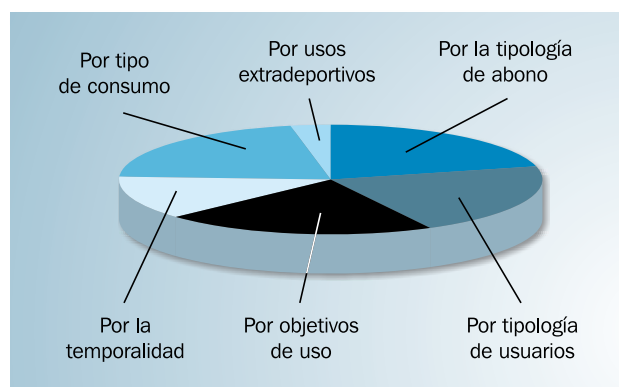
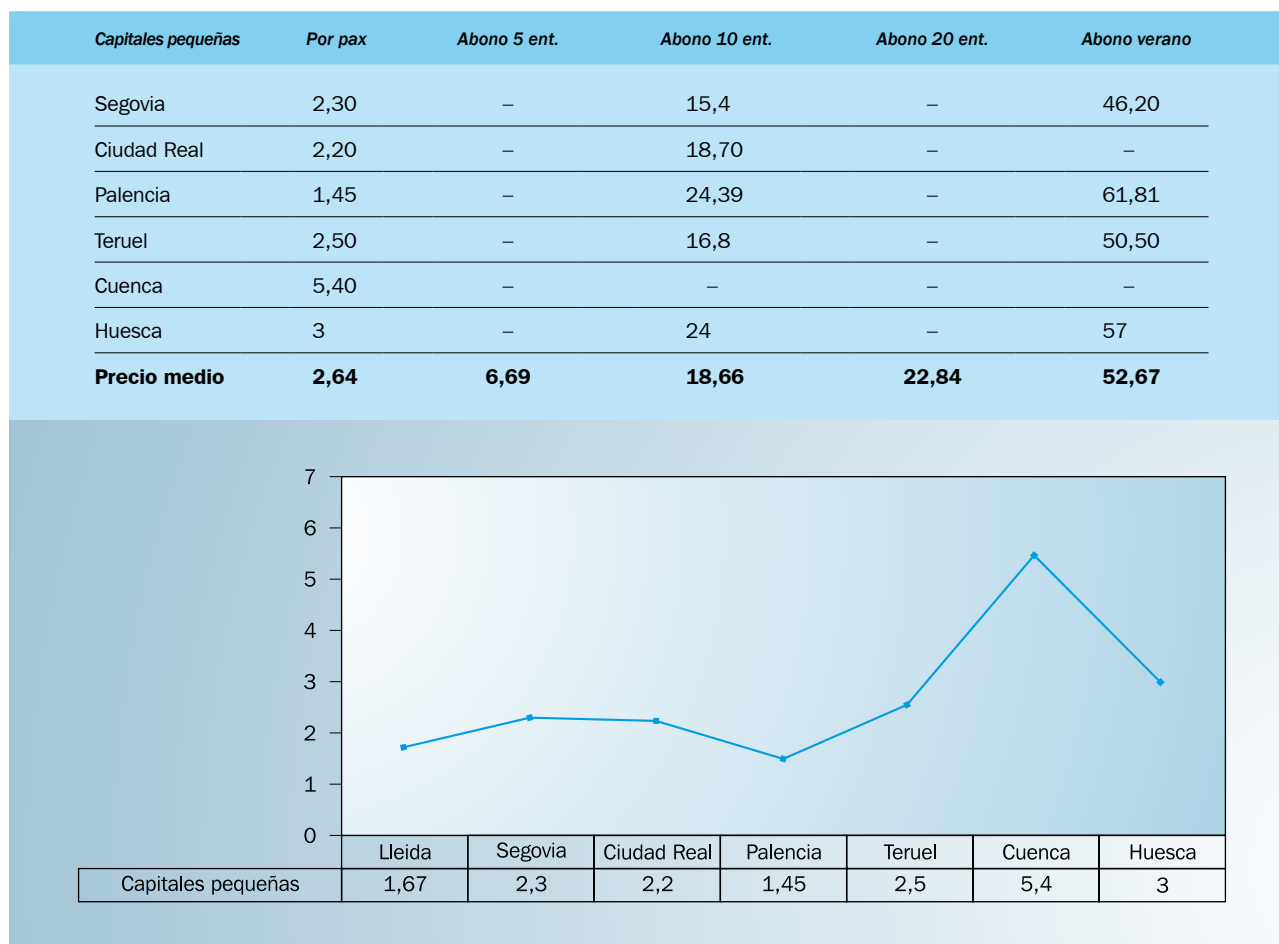


Figura 1
Ámbito conceptual para aplicar las ordenanzas fiscales de acceso a las piscinas públicas.

**Figura 2**

Tasas comparadas de piscinas en las capitales de dimensión de población pequeña.

si van acompañados de un adulto que se responsabilice de ellos.

A la hora de reglamentar este hecho, las diferentes corporaciones españolas discrepan de cuándo se produce esta independencia de los padres y por tanto en la decisión de cuándo aplicar la tasa indistinta a cada uno de ellos.

Segovia aplica una tasa para niños/as mayores de 2 años. Jaén, Córdoba y Valladolid consideran la gratuidad hasta los 4 años. Barcelona aplica tasa a partir de los 6 años, y quien tiene la edad más elevada para considerar la gratuidad de la tasa es Ciudad Real, que no la aplica hasta los 8 años del/la niño/a.

Asimismo, la consideración de adulto tampoco tiene consenso en la reglamentación de las tasas.

Es evidente que un adulto dispone de esta distinción, cuando cumple la mayoría de edad, a los 18 años; sin

embargo, este valor de adulto varía sustancialmente en la aplicación de las tasas.

Así, en Jaén se aplica la tasa de entrada de adultos a personas mayores de 10 años; en Valladolid, a partir de los 11 años; en Granada y Sevilla, a los 14 años; en La Coruña se aplica a los 15 años, y en Murcia al cumplir el abonado los 18 años.

Como se observa, la diferencia es de 8 años (de los 10 de Jaén a los 18 de Murcia).

Ante esta heterogeneidad, la norma más idónea es la aplicada por Tarragona y Ciudad Real, donde se aplican diferentes tasas, según la franja de edad, que tienen un consenso social más amplio: gratuidad para los recién nacidos, tasa infantil (hasta los 13 años), tasa de joven (de 14 a 17 años) y tasa para adulto o normalizada (a partir de los 18 años).

Otro factor importante, por sus consecuencias econó-

micas e incluso legales, es la referida a la tasa diferenciada *por empadronamiento*, dependiendo de si el usuario está empadronado o no en el municipio en el cual utilizará el servicio.

Un ejemplo lo tenemos en Bilbao, donde en sus ordenanzas aplican un recargo del 30 % en el precio tasado a las personas no empadronadas, y también en Valladolid, donde la tasa incrementa una media del 65 % para las personas no empadronadas en el municipio.

Una adaptación económica de las tasas es *por el número de miembros de la unidad familiar*. Así, la tasa se adapta a la condición definida por Montserrat (2000), como de abono familiar variable, sea la unidad familiar considerada como numerosa (tres hijos o más) o no.

Oviedo y Huesca aplican una tasa para unidades familiares hasta 4 o 5 miembros respectivamente, a un precio escalonado, dependiendo del número de personas vinculadas.

Respecto al límite de la edad de los hijos, no hay acuerdo: mientras en Santander el límite de la edad de los hijos para disfrutar del abono familiar está en 25 años (siempre que sean estudiantes y no estén emancipados), en Cuenca (capital pequeña, ver *figura 2*), el límite está situado en los 22 años.

Finalmente, ubicaremos en este primer apartado la adaptación *por nivel de renta*, donde se contempla una bonificación sobre la tasa, para aquellas unidades familiares con ingresos inferiores al doble del salario mínimo interprofesional (SMI) o simplemente inferiores al salario mínimo, como es el caso de Zaragoza y alguna otra ciudad.

Aplicaciones de marketing

Existe una ley no escrita en el ámbito del *marketing* aplicado en la que se asegura que es más rentable invertir en fidelizar a un usuario propio que intentar luchar para incrementar la cuota de mercado, con menoscabo de atraer clientes o usuarios de empresas o piscinas de la competencia.

El mercado de los servicios deportivos es un mercado joven. La falta de competencia, y a menudo las situaciones de casi monopolio en algunos ámbitos territoriales de las instalaciones de piscinas, han permitido una política de coste mínimo a cambio de un servicio limitado, todo ello alimentado por la voluntad de los servicios públicos de democratizar la práctica deportiva a costes exiguos.

Aun así, las actividades de verano y las piscinas al aire libre han sabido venderse de la mano del sector privado no comercial para atraer cada vez más al ciudadano y alejarlo de los servicios municipales, a cambio de poder disfrutar de piscinas poco masificadas, espacios ajardinados para tomar el sol y vestuarios exclusivos.

Ante esta situación del mercado, los municipios han debido reaccionar, y se observa cómo han aplicado conceptos de *marketing* para fidelizar a los practicantes de *natación*. “Un deporte que cuenta con el índice de práctica más elevado, si no se tiene en cuenta la frecuencia. En verano es el que más se practica” (Cañellas y Rovira, 1995, p. 77). Por tanto, tiene un valor comercial añadido.

Políticas de fidelización (customer loyalty)

Conseguir que el consumidor diferencie los servicios que ofrecen las entidades deportivas para que identifiquen las piscinas entre unas u otras es una estrategia de emplazamiento aplicada por empresas y administraciones.

En el caso de las piscinas de Barcelona (Bernat Picornell y Complejo España), aplican diferentes cuotas, según sean o no los usuarios abonados a la instalación; así los gestores pueden disponer de un censo y de *la personalización de los usuarios*.

Siguen el modelo anterior municipios medianos como Tarragona, Girona (ver *figura 3*) y Mallorca.

Este último incluso les aplica un descuento del 25 % sobre las tasas de baño.

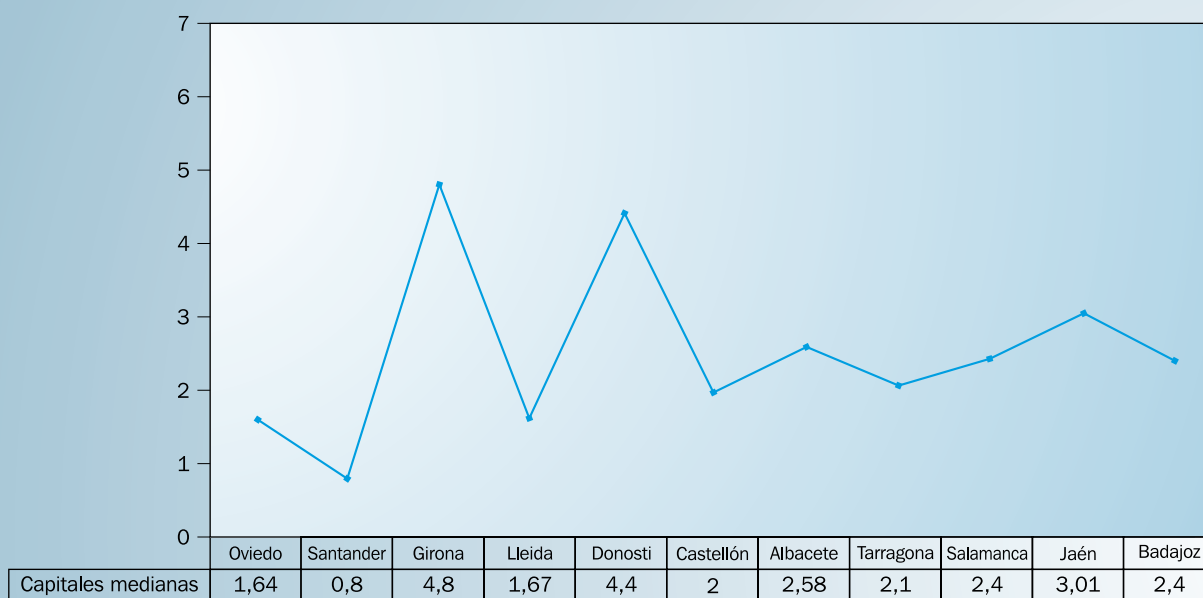
Otra aplicación es la de generar *técnicas anti-abandono* del servicio o de la instalación. Para premiar la fidelidad refuerzan el sentimiento municipalista de los usuarios en las actividades y piscinas municipales, aplicando una rebaja de la tasa, según se disponga o no del carné de usuario de las actividades municipales.

En esta línea destaca el municipio de Huesca, que con la campaña bautizada con el nombre de “*Dos aguas*” contempla el abono anual a las piscinas de verano y a las climatizadas, con una estrategia de *sincro-marketing*, para sincronizar la demanda de verano y la de invierno.

Esta iniciativa ha de tener resultado positivos, teniendo en cuenta que “la demanda de los usuarios es estable” (Moreno y Gutiérrez, 1999, p. 75)

En Valencia van más allá, y en sus ordenanzas contemplan una tarifa para usuarios de entidades abonados

Capitales medianas	Por pax	Abono 5 ent.	Abono 10 ent.	Abono 20 ent.	Abono verano
Oviedo	1,64	–	13,06	–	–
Santander	0,80	–	–	–	14
Girona	4,80	–	–	–	–
Lleida	1,67	6,69	12,70	22,84	47,88
Donostia	4,40	–	–	–	35,70
Castellón	2	5,75	11,5	23	25,5
Albacete	2,58	–	–	–	41,36
Tarragona	2,10	–	–	–	–
Salamanca	2,40	–	20,70	35,60	–
Jaén	3,01	–	24,04	–	–
Badajoz	2,40	–	19,25	36,05	–
Precio medio	2,61	5,75	17,71	31,55	29,14

**Figura 3**

Tasas comparadas de piscinas en las capitales de dimensión de población media.

a las instalaciones (AA.VV., escuelas, entidades cívicas...) como forma de *colaboración institucional*.

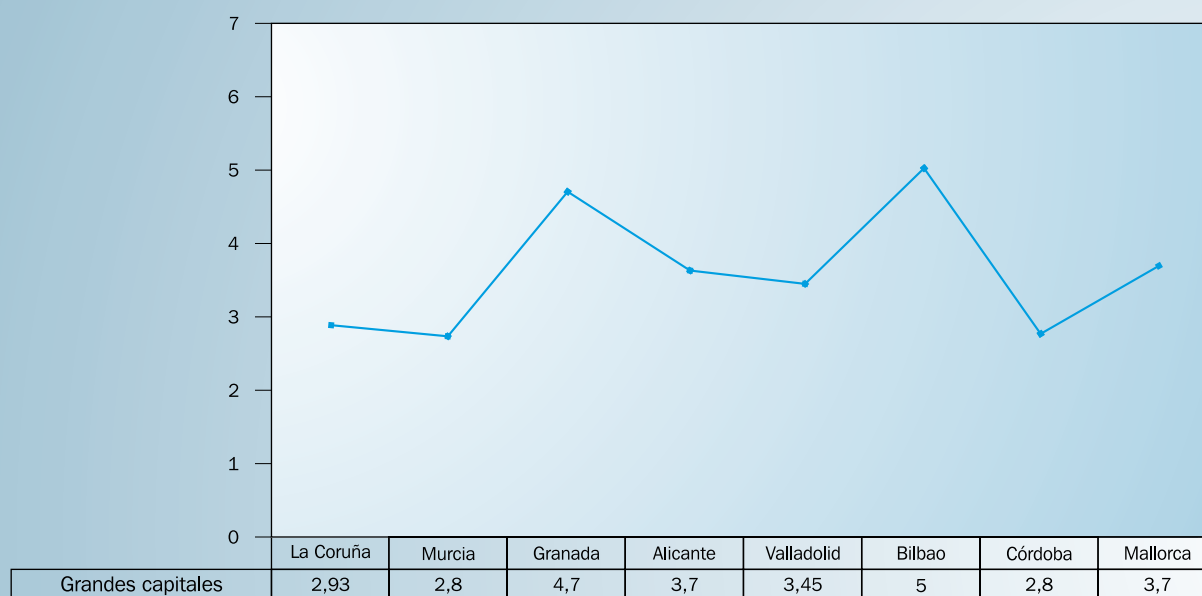
Como medida de *proteccionismo*, el municipio de Córdoba, ejemplo de gran capital (ver *figura 4*), en el artículo 6 de sus tasas regula una serie de exenciones de la tasa de piscina, entre las que se encuentran los trabajadores del área de seguridad del propio ayuntamiento.

Políticas de bonificación

Otra maniobra común entre los municipios españoles es la rebaja o bonificación sobre la tasa si el usuario hace uso de las instalaciones en días u horarios de poca afluencia, consiguiendo así también la descongestión en días y horarios de mayor asistencia.

En Badajoz y Zaragoza esta última como metrópolis (ver *figura 5*), gravan los precios de las entradas en

Grandes capitales	Por pax	Abono 5 ent.	Abono 10 ent.	Abono 20 ent.	Abono verano
La Coruña	2,93	–	–	19,09	–
Murcia	2,80	–	–	–	–
Granada	4,7	–	30,3	–	–
Alicante	3,70	12,12	24,25	48,5	–
Valladolid	3,45	16,45	31	58,65	–
Bilbao	5	20,85	34,5	–	–
Córdoba	2,80	–	20,60	–	137
Mallorca	3,70	–	–	–	–
Precio medio	3,63	16,47	28,13	42,08	137

**Figura 4**

Tasas comparadas de piscinas en las capitales de dimensión de población de grandes capitales.

fin de semana en un 12 y un 20 %, respectivamente, una decisión que busca reducir la demanda en esos días (*demarketing*).

En cambio, en Las Palmas la entrada a las piscinas en fin de semana es gratuita solo para los abonados, reforzando así este compromiso ciudadano.

Por franjas horarias, el intento de bonificar la tasa de uso en horario de mañana es una constante.

La Coruña abarata el tramo de 8 a 15 h y Bilbao aplica un descuento del 35 % a las personas que limiten el uso de la entrada hasta las 14 h, y en Mallorca, facilitan el acceso gratuito de 8 a 15 h a las personas mayores de 65 años.

Políticas de promoción

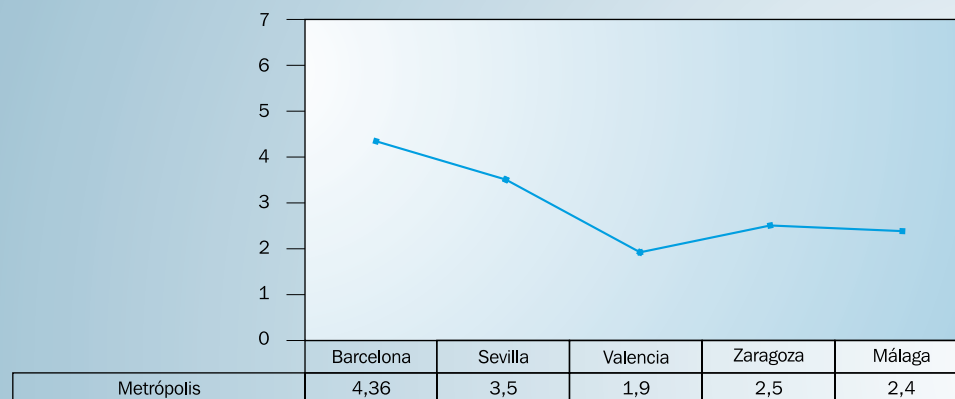
Con el fin de incrementar el número de usuarios, los respectivos municipios aplican diferentes estrategias para atraer entidades que puedan hacer de *brookers* de los servicios de las piscinas.

A tal efecto se seleccionan estas entidades, tras analizar aspectos como “el grado de incidencia social, el protagonismo histórico que tengan en el sistema, el radio de influencia en su entorno. Todo ello relacionado, evidentemente, con el tipo de oferta deportiva que generan” (Burriel, 1994, p. 44).

Con este objetivo, La Coruña aplica una tasa adap-

Metrópolis	Por pax	Abono 5 ent.	Abono 10 ent.	Abono 20 ent.	Abono verano
Barcelona	4,36	6,69	12,70	22,84	47,88
Sevilla	3,50	–	31,85	27,85	–
Valencia	1,90	–	17	30,5	49,50
Zaragoza	2,50	–	–	20	58
Málaga	2,4	–	–	–	–
Precio medio	2,93	6,69	20,51	25,29	51,79

▲ ►
Figura 5
Tasas comparadas de piscinas en las capitales de dimensión de población de metrópolis.



tada a los *usuarios en régimen de convenio* con algún club de natación, con tal de facilitar su filiación hacia la piscina municipal de verano para revitalizar la demanda entre temporadas (*remarketing*).

En Donostia y Bilbao estipulan un precio bonificado de un 40 y un 45 %, respectivamente, sobre los *precios para grupos organizados* (mínimo de 15 personas), siempre que sean de entidades cívicas o AA.VV.

Finalmente, *tasas aplicadas sobre sectores segmentados de la población* acercan a clientes potenciales y fomentan la participación de grupos como familias numerosas, pensionistas, discapacitados y otros colectivos singulares.

En el caso de los discapacitados, en Mallorca se les aplica una bonificación del 10 % para garantizar con el derecho de entrada la compensación de sus déficits y la seguridad de estos usuarios en los equipamientos adaptados, como apuntan Badia y Capellas (1990).

Al grupo de la tercera edad se le aplican estrategias de *marketing* de estimulación, como la rebaja en las cuotas, para generar demanda.

Es el caso de Jaén y Teruel: en Jaén se aplican descuentos para pensionistas y jubilados, independientemente de su edad, y en Teruel se rebaja la edad de jubilado a los 60 años para favorecer el uso de las piscinas a los ciudadanos de edad avanzada.

Aplicaciones propedéuticas

La dificultad de pronosticar la demanda hace muy difícil la planificación de estas instalaciones acuáticas “que pueden durar 50 años o más, y que se adaptan a determinadas prácticas pero que impiden otras. En síntesis, debemos indicar que nos encontramos en una situación en la cual se debe planificar un precio para una demanda de futuro desconocida” (Heinemann, 1994, p. 55).

Las tasas o precios públicos deberían contemplar diferencias significativas entre los diversos tipos de usuarios, según los objetivos de uso, su capacidad adquisitiva o independencia económica, la política de promoción deportiva hacia unos u otros sectores del deporte y otros factores a tener en cuenta, como los que exponemos continuación:

Por tipología de usuarios

Las instalaciones deportivas públicas deben hacer frente a una mayor “heterogeneidad de demandas”. El objetivo principal que se quiere conseguir en el ámbito público es la satisfacción del máximo de necesidades en materia deportiva de los ciudadanos: lo que se denomina “oferta extensiva” (Martínez-Tur, Tordera, Ramos, 1996).

Para contemplar esta heterogeneidad entre los diversos tipos de usuarios, las tasas o precios públicos debe-

rán considerar las diferentes especificidades de usuarios (ver *tabla 1*).

Por objetivos de uso

Las tasas o precios públicos también deberán prever, en su valor, la sensibilidad de la corporación hacia la finalidad de uso (ver *tabla 2*), además de la tipología de los usuarios ya expuesta.

“En las piscinas cubiertas, la gran mayoría de gestores no utilizan la instalación para la celebración de eventos deportivos, pero la concertación con otras instituciones se realiza con frecuencia tanto en las instalaciones públicas como privadas” (Moreno y Gutiérrez, 1999, p. 74).

Tipología de temporalidad

Con el objetivo de primar el uso de las piscinas e incrementar la práctica de la actividad acuática, los precios o tasas pueden considerar ciertas bonificaciones hacia aquellas entidades o usuarios que frecuentan más el uso de una misma instalación con el propósito de fidelizar su práctica.

Las expectativas y necesidades que cada sector de la población, tal y como manifiesta Caragol (1980), derivarán en una demanda de unidades horarias diversas donde desarrollarlas (ver *tabla 3*).

Tipología de abonos

La mayoría de municipios tienen un censo de practicantes. Este censo puede estar regulado por diferentes medios y posibilidades, entre los que se encuentran las licencias municipales de usuarios o los abonos a las instalaciones (ver *tabla 4*).

Al margen del censo numérico, hay que remarcar la diferente tipología de usuarios potenciales para bonificar o gravar la tasa o el precio público que corresponda al abono.

Tipología por usos extraesportivos de las instalaciones

Para regular las demandas extradeportivas en la cesión de las piscinas u otras instalaciones deportivas y disminuir los perjuicios que genera la cancelación o supresión de entrenamientos o actividades organizadas por aquellas entidades que tienen cedida la explotación o el uso de éstas, diferentes municipios tienen regulada una tasa específica que intenta compensar el cambio del uso normal de esta tipología de instalaciones, según el acto extradeportivo de que se trate (ver *tabla 5*).

- Personas físicas o jurídicas
- Entidades, asociaciones o agrupaciones
- Sin ánimo de lucro
- Otras entidades
- Otras administraciones
- Escuelas o centros educativos
- Clubes con estructura de base
- Clubes sin equipos de menores de 18 años

▲
Tabla 1

Especificidad de usuarios.

- Actividades escolares o educativas
- Entrenamientos
- Competiciones oficiales
- Actividades federativas no competitivas
- Partidos amistosos
- Exhibiciones
- Actividades docentes o formativas

▲
Tabla 2

Objetivos de uso.

- Por hora o fracción
- Por abono semanal:
 - Una hora/diaria
 - Dos horas/diarias
 - Una hora/semanal
- Por abono mensual:
 - Una hora/diaria
 - Dos horas/diarias
 - Una hora/semanal
- Por abono de temporada de verano:
 - Una hora/diaria
 - Dos horas/diarias
 - Una hora/semanal
- Por diferentes horas/semanales

▲
Tabla 3

Unidad temporal de uso.

Tipología por consumos

Al margen de considerar estas instalaciones como centro de costes según su mantenimiento y funcionamiento, para regular las tasas o precios públicos habría que deducir la aplicación o no sobre la tasa base de consumos extraordinarios (ver *tabla 5*).

- Para personas físicas
- Familiar
- Para pensionistas
- Para menores de edad
- Para estudiantes y/o universitarios
- Para deportistas federados
 - Federados menores de edad
 - Federados pensionistas
 - Federados de interés social
- Para familias numerosas
- Para discapacitados físicos o psíquicos con un grado determinado

Tabla 4

Tipo de abono.

- Gravamen por actividades con taquillaje o para uso mercantil
- Por uso de las instalaciones en días festivos
- Por actividades fuera del horario laboral habitual
- Por recargo de iluminación
- Depósito económico por reserva de horario o de espacio

Tabla 5

Tasas por tipología de consumos extraordinarios.

Discusión

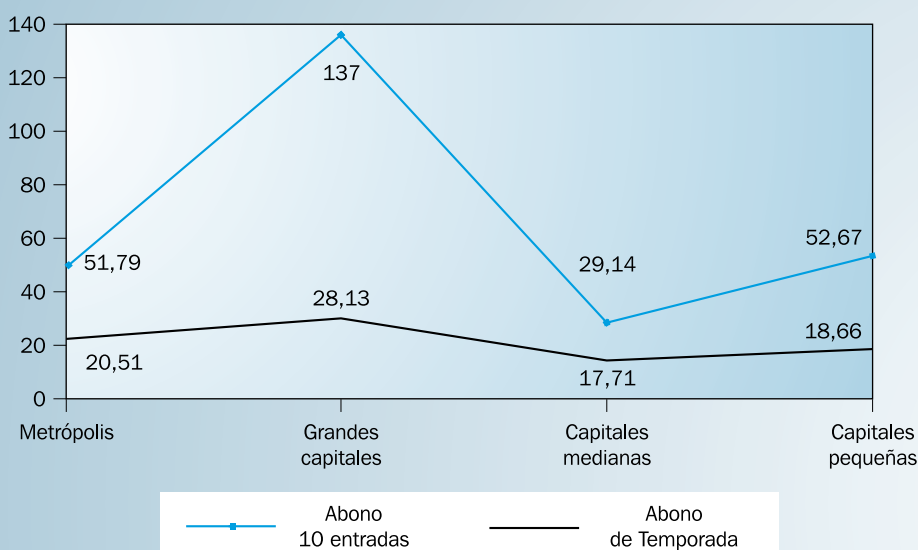
En todos los municipios estudiados, la actividad acuática de verano “se plantea como un producto comercial que intenta explotarse al máximo de sus posibilidades en los lugares y épocas del año que más lo favorecen” (Boixeda, 1990, p. 7). Por ello, la mayoría de municipios disponen de unas ordenanzas fiscales amplias que desarrollan normativamente este servicio, redactadas según la importancia de su aplicación para ser entendidas y respetadas por entidades y usuarios con carácter de reglamento.

A pesar de todo, son pocos los ayuntamientos que tienen tasados los servicios auxiliares (alquiler de hamacas, parasoles...), y resulta extraño, según Urdangarin (1999), ya que los ingresos indirectos son a menudo superiores a los ingresos de explotación.

Otro dato relevante es el del precio medio de la tasa de entrada de entre las 29 capitales analizadas, siendo éste de 2,95 €.

Aun así, se observa que un total de 17 capitales de provincia (58,6 %) son capaces de ofrecer y gestionar el servicio por debajo de este precio medio y las otras 12 ciudades restantes incluidas en el estudio, estando por encima de este precio de entrada puntual.

Podemos confirmar también que está totalmente extendida la fórmula de los abonos a las instalaciones o piscinas, con el objetivo explicado anteriormente de ge-

**Figura 6**

Precios fiscales de la tasa de abono de 10 entradas y el abono de temporada por dimensión del municipio.

nerar fidelización, disponer de censo de usuarios y fomentar el acceso y uso de las instalaciones y servicios, a diferencia de aquellas localidades que solo contemplan la entrada impersonal y puntual.

El interés por abonar a los usuarios responde a la tendencia anunciada por Urdangarin (1999) de incrementar la frecuencia para aumentar los ingresos, constatándose en el hecho de que existen regulados cuatro tipos de abono diferentes (5, 10, 20 entradas y abono de temporada).

En el de temporada destacan los 137 € de Córdoba (ver *figura 6*), como el más costoso, y los 14 € de Santander, como el más económico. Por lo que respecta al de 5 entradas, casi nadie ofrece este servicio, puesto que fideliza poco al usuario.

Otros municipios, además de ofrecer el abono de temporada, también tienen regulado en sus ordenanzas abonos mensuales, puesto que es ilógico ofrecer sólo aquél, ya que muchas personas lo descartan teniendo en

cuenta que alguno de los meses de verano posiblemente estén de vacaciones fuera de la ciudad.

También hemos observado que hay una tendencia generalizada a manifestar una sensibilidad especial a las circunstancias económicas de los ciudadanos o a los niveles socioeconómicos de las unidades familiares al aplicar estas tasas, por considerar la natación “como un deporte de amplia práctica popular en sus diversas formas, sobre todo las referidas al ocio y el tiempo libre” (Caragol, 1990, p. 47).

Por este motivo, un 66 % de las capitales analizadas tienen precios de acceso o de entrada adaptado a las respectivas edades o a las diferentes circunstancias económicas de los usuarios y, en cambio, un 34 % aplican un precio único y totalitarista para todo tipo de usuario.

Partiendo del análisis de cómo tienen estructuradas sus tasas de servicios de piscinas las diferentes ciudades (ver *figura 7*), resulta difícil valorar si las tasas de una u

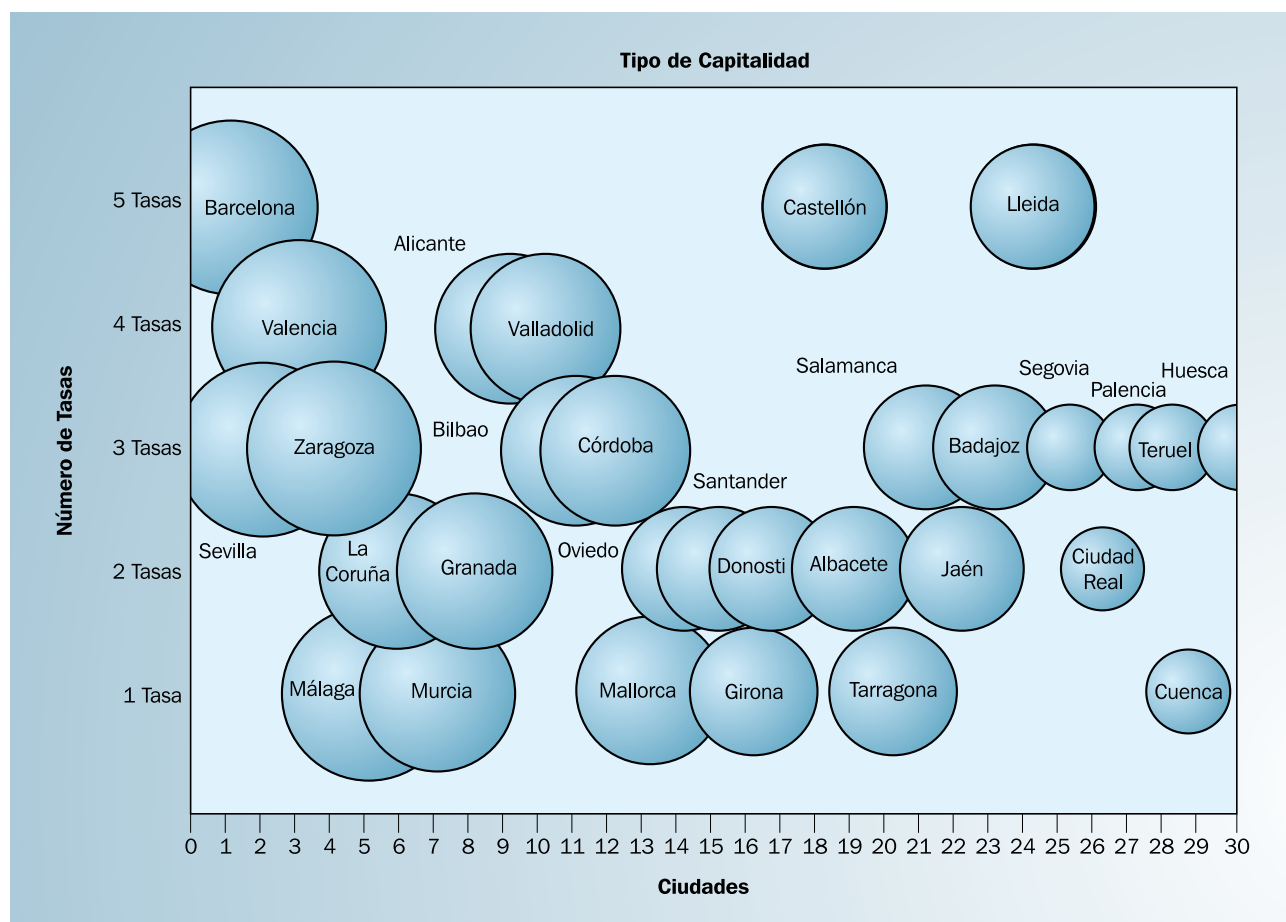


Figura 7

Dimensión del municipio y número de tasas de acceso a las piscinas contempladas en sus ordenanzas fiscales.

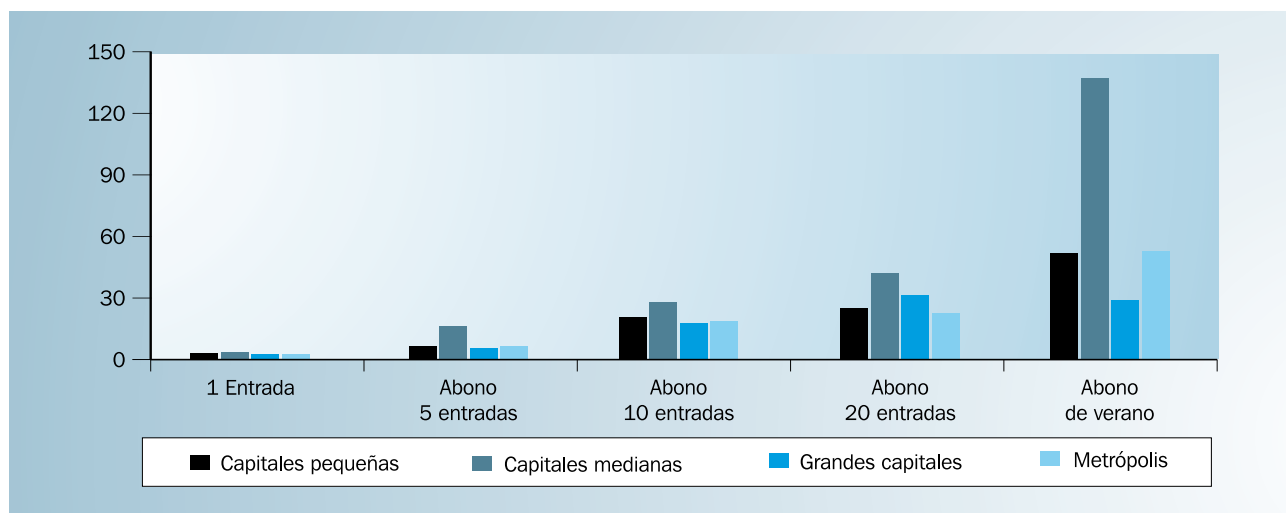


Figura 8

Valor de las tasas de piscinas en relación a la dimensión del municipio.

otra ciudad están por encima o por debajo del precio de mercado.

“Es necesaria una planificación adecuada en la cual se tenga en cuenta el subsistema de la demanda y se reduzcan los costes hasta el mínimo, siempre dentro del óptimo nivel de calidad” (Camps, 1985, p. 61), puesto que la simplicidad con la redacción y concreción de los precios de un municipio no se corresponde con la variabilidad y diversidad con la que el resto de administraciones locales especifican los múltiples precios y posibilidades para acceder a las piscinas públicas (ver figura 8).

La ausencia de justificación económica a la valoración cuantificada de la tasa y de su cálculo puede responder a lo que Faleroni (1991) denominó *desajuste planificador*, por la falta de corresponsabilidad entre las políticas deportivas desarrolladas en cada uno de los niveles de la administración pública, ya sea por incompreensión o por desconocimiento de los problemas, lo que comporta intervenciones parciales que no responden a la naturaleza del problema.

Conclusiones

Por todo lo expuesto anteriormente, en el momento en que las corporaciones locales revisen sus tasas, se hace totalmente imprescindible el análisis de los costes fijos y variables que supone una piscina municipal con el histórico del centro de costes que genere, así como determinar el número de usos que se han realizado durante un año para calcular y establecer el coste piscina/entrada usuario.

De acuerdo con este resultado podrá determinarse la subvención que cada piscina requiere para posibilitar su funcionamiento y para facilitar el acceso del mayor número posible de usuarios, a la vez que genera mayores ingresos y por tanto reduce la partida económica asignada, fomentando una mejora en la gestión.

Notas

El deporte necesita reglas, organización, control, disponer de unos servicios y ofrecer una cultura. Para que esta cultura se pueda gestar con cierta eficacia es útil que se realicen estudios y publicaciones que sean motivo de análisis, reflexión y referencia de su situación (Pons, 2004).

Por este motivo, queremos agradecer a todos los municipios consultados el esfuerzo diario de actualizar procesos internos y externos (webs) que permiten de forma anónima pero respetuosa, visualizar los modelos de gestión, para aprovechar los diversos impulsos y objetivos de todos los profesionales del ámbito del deporte.

Referencias bibliográficas

- Badia, N. y Capellas, N. (1990). Las actividades físicas acuáticas. Problemática profesional. *Apunts. Educació Física i Esports* (21), 55-60.
- Boixeda, A. (1990). La oferta de actividades acuáticas para la ocupación del tiempo libre. *Apunts. Educació Física i Esports* (21), 5-10.

- Burriel, J. C. (1994). Análisis y diagnóstico del sistema deportivo local: punto de partida para el diseño de políticas deportivas municipales. *Apunts. Educación Física y Deportes* (36), 38-45.
- Cañellas, A. y Rovira, J. (1995). Los hábitos deportivos de la población adulta barcelonesa (15 a 59 años). *Apunts. Educación Física y Deportes* (42), 75-79.
- Camps, A. (1985). La Mancomunidad de Servicios: Alternativa a la gestión deportiva local. *Apunts. Educació Física* (1), 59-62.
- Caragol, M. I. (1990). Programas de actividades y deportes acuáticos en función de la oferta de instalaciones en Cataluña. *Apunts. Educació Física i Esports* (21), 43-54.
- Heinemann, K. (1994). El deporte como consumo. *Apunts. Educación Física y Deportes* (37), 49-56.
- Jiménez, G. J. (1996). La Financiación y Gestión del Deporte Municipal. Ponencia en les X Jornadas sobre el deporte y corporacions locales. En G. J. Jiménez (ed.). Granada: Ayuntamiento de Granada y FEMP.
- Martínez-Tur, V.; Todera, N. y Ramos, J. (1996). Tipología de instalaciones deportivas en función de su carácter público o privado: diferencias en la gestión y el uso. *Apunts. Educación Física y Deportes* (43), 91-102.
- Mestre, J. A. y García, E. (2000). *Manual de legislación y reglamentación del deporte local*. Madrid: FEMP.
- Montserrat, S. (2000). *Els preus a les piscines cobertes de Catalunya*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Moreno, J. y Gutiérrez, M. (1999). La gestión de las instalaciones acuáticas cubiertas. *Apunts. Educación Física y Deportes* (57), 68-76.
- Pons, J. (2004). *L'esport d'elit de Lleida*. Col·lectiu Motriu, n.º 2. Lleida: UdL-INEFC de Lleida.
- Teruelo, B. (1996). Dos herramientas para la mejora de la gestión de las entidades deportivas municipales: La planificación estratégica y la gestión de calidad de los servicios (1). *Apunts. Educación Física y Deportes* (43), 103-112.
- Urdangarin M. (1999). Marketing del Deporte. Comunicación en el Seminari de màrqueting de l'esport. En M. Urdangarin (ed.), *Seminari de Màrqueting de l'esport*. Lleida: INEFC de Lleida.